

Sina Trinkwalder im Interview mit Wolfgang Stark vom Ammersee Denkerhaus:

„Was wir bei manomama machen, ist völlig verrückt. Wir entdecken den Menschen wieder.“

von Susanna Eder

Die Unternehmerin Sina Trinkwalder stellt bei manomama Frauen ein, die der Arbeitsmarkt schon längst abgeschrieben hat. Mit Erfolg. Ihre Textilmanufaktur in Augsburg produziert ressourcenschonend und menschenfreundlich – und ist gleichzeitig wirtschaftlich tragbar. Wenn sie gerade keinen Vortrag vor Konzernmanagern hält oder in einer Talkshow eingeladen ist, sitzt die Chefin an der Nähmaschine. Für Sina Trinkwalder ist das selbstverständlich.

Was ist das Besondere an manomama?

Wer ein Unternehmen gründet hat normalerweise eine Idee. Für ein Produkt, eine Dienstleistung oder in Berlin für eine neue App. Bei manomama hatten wir all das nicht. Wir hatten keine Vorstellung davon, was wir tun werden. Wir wussten nur mit wem.

Und was macht manomama jetzt?

Etwas völlig Verrücktes. Wir entdecken den Menschen wieder. Wir geben Menschen, die sonst keiner mehr braucht in unserer zu Hochleistungen gezüchteten Gesellschaft, wieder die Möglichkeit eines eigenen Erwerbs.

Warum?

Solange, und ich betone, solange wir in einer Leistungsgesellschaft leben, ist das die Aufgabe eines jeden Unternehmers. Was man dazusagen muss: manomama ist keine gGmbH, kein Verein oder irgendein anderes Steuersparmodell – obwohl das natürlich schon angenehm gewesen wäre. Diese Möglichkeit wollte ich jedoch bewusst nicht nutzen, weil gesellschaftliche Verantwortung gerade innerhalb der Wirtschaft übernommen werden muss. Außerdem arbeiten bei manomama gar keine Menschen, die ein Handicap tragen. Dieser vermeintliche Makel wurde ihnen von Seiten der Wirtschaft aufgedrückt. Das ist es riesengroßer Unterschied.

Wollten Sie schon immer ökologisch und fair produzierte Kleidung herstellen?

Nein, um Gottes willen! Wenn sie hundert Mädchen mit 14 Jahren nach ihren Berufswünschen fragen, wollen 99 Modedesigner werden und eine nicht. Die eine war ich. 25 Jahre später ist es genau anders herum: 99 sind nicht in der Mode gelandet – und ich muss mich jetzt mit Schnitten rumschlagen.

Was macht manomama anders als die anderen *fair fashion* Marken?

Bei vielen Firmen dient der ökologische Aspekt nur als USP. Nach dem Motto: jetzt machen wir halt mal Socken aus Bambus, kommt bestimmt gut an. Dass Bambus aber aus Plantagen kommt, das interessiert auf einmal keinen mehr.

Aber es klingt gut.

Genau. Das Problem ist, dass die Leute nicht ernsthaft reflektieren. Wobei der Mensch heute aufgrund der Vielfalt und Flut an Informationen auch überhaupt nicht mehr die Möglichkeit hat sein Verhalten zu reflektieren. Unser Gehirn ist in seiner Aufnahmekapazität schlichtweg physisch limitiert. Alle zwei Jahre verdoppelt sich die Information auf der Welt – wie soll das denn noch jemand auf die Rille kriegen? Da ist die Gutgläubigkeit der Menschen natürlich ein hervorragender Nährboden für viele Unternehmen. Glaub du nur gut, wir machen gute Geschäfte damit.

Und manomama?

Bei manomama denken wir Nachhaltigkeit ganzheitlicher. Uns geht es um den Menschen. Dass dieser wieder seinen Platz in der Wertschöpfungskette bekommt. Bei manomama ist jeder Angestellte gleich wichtig. Das hängt nicht von seinen jeweiligen Fähigkeiten ab. Weil es am Ende auch auf jeden Einzelnen ankommt. Es ist doch völlig egal, wie groß oder klein ein Zahnrad in der Uhr ist. Wenn es fehlt, weiß ich nicht, wie viel Uhr es ist.

Was haben Sie eigentlich vor manomama gemacht?

Direkt nach meinem Abitur habe ich eine Werbeagentur gegründet, die sehr schnell groß geworden ist. Die habe ich dann mit 30 Jahren an den Nagel gehängt und gesagt: „Ich mach' was Neues.“

Das heißt, Sie kennen beide Seiten.

Genau. Daher ist manomama auch zu hundert Prozent Eigenkapital finanziert. Das macht uns stark. Weil uns nämlich keiner den Hahn abdrehen kann. Wir haben keinerlei Verbindlichkeiten – das ist ungewöhnlich für ein mittelständisches Unternehmen.

Woran liegt das?

Weil ich mir den Arsch aufreiß. Das ist nämlich, was viele heute nicht mehr lernen. manomama ist harte Arbeit. Es geht hauptsächlich darum für die Menschen da zu sein.

Das kostet Zeit.

Das nimmt Zeit ein, das stimmt. Aber dass es Zeit *kostet* finde ich den falschen Ausdruck. Ich mache das ja gerne. manomama ist meine Berufung.

Sie sind also kein gutes Modell für die Wirtschaft.

Ich bin ein super Modell für die Wirtschaft. Denn in meiner Art zu Wirtschaften zählt der Mensch wieder. Es gibt nur leider immer mehr mittelständische Unternehmen, die meinen, sie müssten jetzt Weltmarktführer werden. Völlig bescheuert. Was bringt es denn immer der Erste zu sein? Eigentlich nichts anderes als einen immensen Aufwand an Verteidigung. Es gab auch ein Leben vor dem Wachstum.

Welche Unternehmensziele hat manomama stattdessen?

Alleine mit meinem Unternehmen manomama spare ich der kommunalen Kasse in Augsburg über eine Million Euro, weil wir niemanden mehr in SGB II haben. Das ist es, was für mich zählt. Mit meinem Unternehmen kann ich Obdachlosen wieder ein Stück Würde zurückgeben. Das bringt mir persönlich wirklich was. Ich sehe es als meine Verantwortung und Pflicht die Gesellschaft mitzugestalten. Das ist aber heute nicht mehr in. Wir stellen uns nur noch hin und jammern.

Und was ist das Erfolgsrezept bei manomama?

Erfolg bedeutet für uns eine schwarze Null. Mehr brauchen wir nicht. Wir haben einen enorm rasanten Aufstieg gemacht, von 0 auf 150 Kollegen innerhalb von vier Jahren. Aber wir haben gemerkt, dass das zu viele sind. Es verliert sich die Familie bei so einem Haufen Leute. Bis 2020 werden wir ausschließlich durch Renten wieder bei etwa 80 Angestellten sein. Das ist unsere gesunde Größe. Dann mache ich halt lieber noch eine Unternehmung, umso besser! Und noch eine und noch eine und noch eine. Die können dann kollaborativ zusammenarbeiten, wenn mal ein großer Auftrag kommt.

Wie kriegen Sie jetzt den Rest der Welt?

Über Ausdauer. Ich mache manomama jetzt seit acht Jahren. Mittlerweile hören mir die Leute auch zu. Weil es funktioniert. Es ist mir klar, dass Unternehmen nicht von heute auf morgen alles umkrempeln können. Aber jeden Tag ein kleiner Schritt, ist ein Schritt in die richtige Richtung. Damit das passiert, muss ich mit den Leuten reden. Man muss aufrichtig und ehrlich sein. Das sind zwei Komponenten, die in Vergessenheit geraten sind.

Wie sicher waren Sie sich, dass manomama funktionieren würde?

Ich habe im Nachhinein mit vielen BWL-Professoren über manomama gesprochen. Die haben mir einhellig gesagt, dass sie mich eingewiesen hätten, wenn sie vor acht Jahren einen Businessplan von mir gesehen hätten. Weil es angeblich nicht möglich ist. Die Limitierungen in ihren Hirnen, geprägt von wissenschaftlichen Theorien und Fallstudien, sagen etwas Anderes. Aber ich glaube nicht sofort, was man mich lehrt. Ich probier's lieber selber aus. Wenn einer sagt, „das geht nicht“, geh immer davon aus, dass es seine Limitierung ist – und nicht die deine.

Wie hat sich manomama all den Prognosen zum Trotz zu dem entwickelt, was es heute ist?

Weil ich Menschen mitnehmen kann. Weil ich einen unerschütterlichen Glauben daran habe, dass ich weiß, wie es geht. Sie müssen Menschen motivieren können. Und gerade Menschen aus der Klientel, die bei manomama arbeiten, sind eigentlich nur monetär motivierbar. Das Dumme ist nur, dass wir bei manomama keine Reichtümer schöpfen. Das wäre eigentlich ein Problem. Aber dann muss ich die Leute eben anders motivieren, auf persönlicher Ebene. Damit, dass es sich lohnt ein Teil einer Gemeinschaft zu sein und dafür einzustehen. Und nicht, dass ich mich mit besonders viel Geld über den anderen erheben kann.

Sie sagen, die Leute mit denen Sie arbeiten, sind nur über Geld motivierbar. Gilt das nur für Ihre Angestellte?

Wir brauchen insgesamt wieder mehr intrinsische Motivation. Mehr Gemeinwohl und Solidarität, die wirklich ehrlich so gemeint ist. Bei manomama liegt genau darauf der Fokus, auf Fairness. Was auch nicht heißt, dass wir es jedem Recht machen zu können. Das geht nämlich gar nicht.

Sehen Sie manomama als Innovation?

Nein, das ist keine Innovation, die wir hier machen. Das ist ein total alter Hut. Wir entdecken den Menschen wieder. Und zwar in seiner Art, so wie er ist. Was anderes bleibt uns nicht übrig. Unsere wirtschaftlichen Strukturen dagegen versuchen Menschen so zu formen, dass sie sie Gewinn bringend einsetzen können. Genau das dürfen wir nicht. Weil die Menschen brechen. Wir müssen sie nehmen, wie sie sind. Mit all ihren Ecken und Kanten.

Obwohl Sie eine städtische Firma betreiben, haben Sie auch einen Blick für die ländliche Entwicklung. Mit Blick auf die Zukunft, für wie wichtig halten Sie den ländlichen Raum?

Die Digitalisierung wird nicht nur den Einzelhandel, sondern auch die ganzheitlichen Strukturen auf dem Land verändern. Die momentanen Nachteile derer, die auf dem Land leben, werden sich relativieren. Die Zukunft entsteht auf dem Land. Die kann gar nicht in der Stadt entstehen. Dort sind die Menschen zu sehr mit sich selbst und mit anderen Einflüssen beschäftigt. Um nachdenken und weiterdenken zu können, braucht man Freiräume, auch visuell. Das gibt es in der Stadt nicht. Da schaust du nur auf Beton. Wie willst du denn in einem Kerker was Neues entdecken? Das kannst du gleich vergessen, das ist rein psychisch gesehen gar nicht möglich.

Das Land ermöglicht also Visionen?

Ich bin mir ganz sicher, dass das Land eine Renaissance erleben wird. Momentan hat ja keiner Visionen mehr.

Woran liegt das?

Für Visionen braucht man Zustand und Zuversicht. Wir haben ja gar keine Ahnung mehr, was der Zustand der Leute ist. Wenn ich in der Werbung geblieben wäre, wäre meine Welt auch noch in Ordnung. Ich bin stattdessen seit acht Jahren in beiden Klassen unterwegs.

Deswegen traue ich mich auch zu behaupten, dass ich halbwegs weiß, wie es in Deutschland zurzeit steht. Wie soll denn ein Politiker noch Visionen haben können? Der schüttelt doch 20 Stunden lang am Tag nur Hände – der hat doch gar keine Zeit für Visionen.

Und wie steht es um Ihre Visionen?

Ich bin mittlerweile so selbstbewusst, dass ich sage: ja, ich habe Visionen. Und ich traue mich auch, sie euch mitzuteilen. Wer Bock hat, der macht sich mit mir auf den Weg dorthin. Ziellosigkeit funktioniert nicht. Du musst eine Idee haben, die du richtig gut findest. Nur wenn du richtig für deine Idee brennst, hast du auch die Kraft sie zu tragen. In den ersten Jahren musst du deine Idee tragen. Am Anfang haben die Leute gedacht, ich spinne, wenn ich ihnen von manomama erzählt habe. Und irgendwann kippt es. Heute wollen die Leute das hören. Jetzt trägt manomama und meine Idee eines anderen Wirtschaftens mich.